

Wartawan Sebagai Da'i (Erwin Jusuf Thaib)

WARTAWAN SEBAGAI DA'I

Oleh : Erwin Jusuf Thaib

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

IAIN Sultan Amai Gorontalo

erwinthaib7578@gmail.com

Abstract;

Peradaban saat ini sering disebut sebagai peradaban informasi. Informasi telah menjadi komoditas bahkan sumber utama kekuasaan. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk membentuk opini publik yang mempengaruhi dan mengendalikan pikiran, sikap, dan perilaku manusia. Khotbah adalah pekerjaan yang disamakan dengan garam kehidupan manusia dengan nilai-nilai keimanan, Islam dan kesalehan, demi sekarang dan masa depan kebahagiaan. Namun, di sisi lain sebagian besar perubahan sosial mencerminkan dinamika masyarakat yang tidak lagi ingin memberikan terlalu besar peran agama karena realitas sosial-ekonomi sering kebutuhan untuk lebih dominan. Pandangan Al-Qur'an dan Hadis pada kebebasan pers cenderung diresmikan oleh sistem pers yang berlaku, serta semua teori lain tentang kebebasan pers, sehingga semua teori akan diserap ke dalam sistem. Sebenarnya sistem Pancasila tidak bertentangan dengan pandangan teologis tentang kebebasan pers dan pembatasan. Berarti, tanggung jawab untuk kebebasan pers atau kebebasan informasi, menurut Islam, tidak berbeda dengan apa yang ada dalam hukum pidana atau hukum pidana media komunikasi dan etika jurnalisme massa. Dari perspektif ini penulis melihat potensi dakwah di dunia jurnalistik. Tuntutan untuk berdiri di atas kebenaran dalam menjalankan tugas jurnalistik merupakan tuntutan Islam. Dari sini dapat dikatakan bahwa seorang wartawan yang jujur dan benar adalah penyampai kebenaran, dan karena itu dapat diklasifikasikan sebagai khatib.

Kata Kunci:

Jurnalis, Dai

Civilization is now often referred to as civilization information. Information has become a commodity even the main source of power. Such information can be used as a tool to shape public opinion to influence and control the thoughts, attitudes, and human behavior. The sermon is equated with salt work of human life by the values of faith, Islam and piety, for the sake of present and future happiness. However, on the other hand most of the social changes reflect the dynamics of the community who no longer want to give too large a role religion because of the socio-economic realities often needs to be dominant. View of the

Quran and Hadith on press freedom tends to be unveiled by the press system in force, as well as all other theories about the freedom of the press, so that all the theories will be absorbed into the system. Actually Pancasila system does not conflict with theological views about freedom of the press and restrictions. Means, the responsibility for the freedom of the press or freedom of information, according to Islam, is no different from what is in the criminal law or criminal law media mass communication and journalism ethics. From this perspective the authors look at the potential of propaganda in journalism. Demands to stand on the truth of the job as a journalist is a requirement of Islam. From this it can be said that an honest and true journalist is conveyer truth, and therefore can be classified as a preacher.

Keywords:
Journalists, Da'i

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Peradaban masa kini sering disebut sebagai peradaban masyarakat informasi. Informasi menjadi suatu komoditi primer bahkan sumber kekuasaan. Informasi dapat dijadikan alat untuk membentuk pendapat publik (*public opinion*) yang mempengaruhi dan mengendalikan pikiran, sikap, dan perilaku manusia. Hingga pada akhirnya, muncul sebuah anggapan bahwa sumber baru kekuasaan saat ini adalah “informasi di tangan banyak orang” (*the new source of power is information in the hand of many*), dan siapa yang menguasai media massa maka dialah pengendali atau penguasa dunia.¹

Tak heran jika sarana atau media informasi terus berkembang begitu pesat demi meraih kepentingan di atas. Media-media tersebut hadir merepresentasikan maksud, tujuan, dan target-target tertentu. Bagi khalayak ramai, kehadiran sebuah informasi tentu bisa menjadi sesuatu yang positif namun juga sebaliknya. Informasi terkadang membuat seseorang bergerak secara gegabah tanpa terlebih dahulu melakukan proses *tabayyun* yang cukup. Persoalannya menjadi semakin rumit ketika sebuah informasi atau berita negatif mendapatkan tempatnya di benak pembaca, mempengaruhi dan mengendalikan gerak serta perilaku mereka. Inilah yang menjadi dasar analisa Lippmann. Menurut Lippmann, masyarakat menerima fakta bukan sebagaimana adanya, akan tetapi apa yang mereka anggap sebagai fakta; “kenyataan fatamorgana” atau “lingkungan palsu”. Distorsi-distorsi tidak hanya datang dari faktor emosional dan kebutuhan ego saja, tetapi juga dari stereotip-stereotip, gambaran yang kita miliki tentang para tokoh figur publik, dan produk benda-benda.²

Sejatinya, penggunaan media informasi sebagai alat komunikasi dapat dikategorikan ke dalam lima bagian;³ alat penerangan massa, alat pendidikan massa, alat mempengaruhi massa, alat hiburan, dan digunakan perorangan atau kelompok. Pada pembahasan ini, persoalan media sebagai alat untuk mempengaruhi massa lebih dominan. Bahkan ia mampu mencakup

secara umum. Proses mempengaruhi masa justeru dapat dilakukan melalui penerangan, edukasi, hiburan atau sebuah kelompok atau orang tertentu. Proses mempengaruhi massa inipun bisa dilihat dari perspektif tertentu sebagai upaya penyebaran nilai seperti nilai-nilai agama. Pada tataran ini dapat dikatakan bahwa media massa berperan sebagai media dakwah dalam upaya menyebarkan nilai-nilai agama kepada masyarakat pembacanya.

Berdakwah adalah sebuah pekerjaan yang diibaratkan menggarami kehidupan umat manusia dengan nilai-nilai iman, Islam dan taqwa, demi kebahagiaan kini dan nanti.⁴ Akan tetapi, di lain pihak sebagian besar perubahan sosial mencerminkan dinamika masyarakat yang tidak lagi ingin memberi peranan terlalu besar kepada agama karena realitas sosial ekonomi sering merupakan kebutuhan yang lebih dominan. Contohnya ialah, meluasnya industri hiburan, perjudian, industri pariwisata, industri media massa yang mengutamakan fungsi hiburan, munculnya budaya bisnis hukum (yang menjauhi kaidah-kaidah agama), berkembangnya kebudayaan internasional di kalangan muda-mudi yang sebenarnya berasal dari Barat.⁵ Dari gambaran ini tampak bahwa sesungguhnya dakwah Islamiyah berhadapan dengan realitas tantangan yang berat yang harus dipahami dan dilawan dengan berbagai cara yang sesuai dengan ajaran Islam.

Dakwah Islamiyah secara praktis selama ini hanya dipahami secara sempit oleh sebagian kalangan khususnya dari kalangan masyarakat awam. Dalam perspektif mereka, daakwah hanya berarti ceramah melalui mimbar yang hanya dilakukan oleh individu tertentu saja yang biasanya disebut ustadz, kiai, dan mubalig. Di luar mereka maka secara otomatis terbebas dari kewajiban berdakwah. Padahal dakwah Islamiyah itu memiliki sifat *syumuliyyah* (mencakup aspek yang luas) dalam berbagai aspek kehidupan manusia yang apabila disederhanakan disebut dengan istilah dakwah *bi al-Lisan/al-Kalam* (ceramah /khutbah), *bi al-Kitabah* (tulisan), dan dakwah *bi al-Hal* (dakwah dalam bentuk perbuatan nyata di dalam berbagai aspek kehidupan)⁶

Dunia dakwah dewasa ini telah mengalami tantangan telah semakin berkembang terutama dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi serta semakin kompleksnya problem sosial yang dihadapi manusia. Di sisi lain perkembangan media komunikasi yang semakin modern tampaknya akan sangat membantu aktivitas dakwah Islam. Peluang dakwah Islam akan semakin terbuka lebar ketika para da'i mampu memanfaatkan media massa, karena peluang persebaran pesan-pesan dakwah akan semakin masif dengan perantaraan media massa yang ada.

Perkembangan pesat dalam dunia pers dan media massa, telah menjadikan informasi merupakan kebutuhan utama bagi masyarakat modern dewasa ini. Manusia modern pada saat ini akan merasa sangat terasing dari dunianya apabila tidak memiliki akses yang memadai terhadap informasi. Situasi seperti ini menuntut adanya media penyaluran informasi yang disebut dengan media massa. Itulah sebabnya, abad modern adalah abad media massa karena abad ini ditandai dengan berbagai media massa yang merupakan salah satu sendi kehidupan masyarakat modern. Dampak langsung dari fenomena ini adalah fakta bahwa media massa

dan dunia pers mempunyai kekuatan dahsyat untuk mempengaruhi perubahan budaya dan etika masyarakat, termasuk juga dalam nilai-nilai keyakinan masyarakat seperti agama.

Syariat Islam maha universal untuk mengatur segala ranah kehidupan manusia, termasuk dunia jurnalisme. Dalam kandungan kitab-kitab fikih (baik klasik maupun moden), terdapat kandungan yang harus dijadikan aturan dalam mengguluti kerja jurnalistik. Pers sebagai dunia profesionalisme dan kajian studi, meski relatif baru muncul dengan kaidah dan dasar aturan tertentu.⁷ Salah satu dari pada kode etik pers adalah bebas dan bertanggung jawab yang merupakan pedoman dalam perilaku dan perbuatan salah satunya bebas dari tekanan orang lain dalam mencari dan mengumpulkan serta menyampaikan pendapatnya melalui media dan menyajikan informasi kepada publik.

Pandangan Al-Qur'an dan Hadis mengenai kebebasan pers cenderung diformalkan oleh sistem pers yang berlaku, seperti juga semua teori lainnya tentang kebebasan pers, sehingga semua teori akan terserap ke dalam sistem tersebut. Sebenarnya sistem pers Pancasila tidak bertentangan dengan pandangan teologis mengenai kebebasan pers dan pembatasannya. Berarti, tanggung jawab bagi kebebasan pers atau kebebasan informasi menurut Islam, tak beda dengan apa yang ada dalam hukum pidana media massa atau hukum pidana komunikasi dan kode etik jurnalistik. Dari perspektif ini penulis melihat adanya potensi dakwah dalam dunia jurnalistik. Tuntutan untuk berpijak pada kebenaran dalam melaksanakan tugas jurnalistik adalah sebuah tuntutan yang Islami. Dari sinilah dapat dikatakan bahwa seorang wartawan yang jujur dan benar adalah seorang penyampai kebenaran, dan karenanya dapat digolongkan sebagai seorang da'i.

Dalam makalah yang singkat ini, penulis akan membahas secara singkat tentang bagaimana praktik jurnalistik yang baik sehingga pelakunya terutama wartawan dapat berposisi setara dengan seorang juru dakwah.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka berikut ini akan dirumuskan pokok permasalahan dalam makalah ini yakni: Pertama, bagaimana etika kerja seorang wartawan. Kedua, bagaimana sifat dan kewajiban wartawan Muslim. Ketiga, bagaimana posisi media massa sebagai media dakwah.

Signifikansi

Pembahasan tentang posisi wartawan sebagai da'i dipandang sebagai sebuah kajian yang penting di era informasi saat ini. hal itu didasari sebuah pandangan bahwa wartawan adalah salah satu guru masyarakat informasi. Apa yang lahir dari tangan mereka kemudian menjadi pelajaran yang diserap oleh masyarakat melalui media massa. Oleh karena posisinya yang sangat penting dalam masyarakat, maka wartawan bisa menjadi penyebar kebajikan di masyarakat melalui media massanya. Itu dengan catatan apabila dia bekerja secara ideal

sesuai dengan norma yang berlaku dalam profesinya. Itulah sebabnya, dalam perpektif kajian dalam makalah ini wartawan itu disetarakan posisinya dengan para da'i.

PEMBAHASAN

Etika Kerja Seorang Wartawan

Sebelum berbicara tentang etika kerja seorang wartawan, maka terlebih dahulu perlu untuk dibahas beberapa yang berhubungan dengan wartawan seperti istilah pers dan jurnalistik. Istilah pers berasal dari bahasa Belanda yang dalam bahasa Inggris artinya *press*. Secara harfiah pers berarti “cetak” dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak (*printed publications*). Pers juga dapat difahami sebagai sebuah kegiatan publikasi yang menggunakan media cetak seperti surat kabar, majalah dan jenis media cetak lainnya.⁸ Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam pengertian luas dan pers dalam arti sempit. Pers dalam arti luas meliputi segala penerbitan, bahkan termasuk media elektronik, radio siaran, dan televisi siaran. Sedangkan pers dalam arti sempit hanya terbatas pada media massa cetak yaitu surat kabar, majalah, buletin dan yang semisalnya. Kenyataan bahwa radio dan televisi termasuk dalam lingkup pers ialah jika diadakan jumpa pers (*press conference*) maka yang datang untuk meliput adalah semua media.⁹

Ada anggapan kurang tepat dikalangan akademisi bahwa jurnalistik sama dengan pers atau keduanya bisa dipertukarkan. Sesungguhnya tidak demikian, karena jurnalistik menunjukkan kepada proses kegiatan sedang pers berhubungan dengan media. Secara etimologi jurnalistik berasal dari bahasa Perancis; *journ* (catatan/laporan harian) yang secara sederhana diartikan sebagai kegiatan pencatatan atau pelaporan setiap hari. Dengan demikian, jika digabungkan kedua istilah diatas dengan sebutan umum “jurnalistik pers” maka artinya adalah proses kegiatan mencari, menggali, mengumpulkan, mengolah, memuat, dan menyebarkan berita melalui media berkala pers yaitu surat kabar, tabloid atau majalah kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.¹⁰

Pada dasarnya, jurnalistik juga dapat dibedakan ke dalam beberapa bentuk. Diantara bentuk-bentuk Jurnalistik tersebut diantaranya; Jurnalistik Media Cetak (*newspaper and magazine journalism*) meliputi jurnalistik surat kabar harian, mingguan, tabloid harian, tabloid mingguan, dan majalah. Selain itu terdapat pula Jurnalistik Media Elektronik Auditif (*radio broadcast journalism*) yaitu yang berkaitan dengan kegiatan radio siaran. Terakhir adalah Jurnalistik Media Audio visual (*television journalism*) yang berkaitan dengan televisi siaran atau jurnalistik media *on line* (internet).¹¹ Khusus jurnalistik di wilayah media cetak, maka ia dipengaruhi oleh dua faktor utama yakni faktor verbal dan visual. Faktor verbal sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif. Sementara faktor visual, menunjukkan pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan.¹² Antara kedua faktor ini tak dapat dipisahkan. Informasi atau

pesan yang dikemas dengan gaya bahasa menarik akan menimbulkan efek yang jauh lebih besar jika mendapatkan desain yang menarik pula.

Kembali kepada persoalan pers. Secara umum pers adalah lembaga kemasyarakatan (*social institution*). Sebagai lembaga kemasyarakatan pers merupakan subsistem kemasyarakatan tempat ia berada bersama-sama dengan subsistem lainnya. Dengan demikian maka pers tidak hidup secara mandiri tetapi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lembaga-lembaga kemasyarakatan lainnya.¹³ Hal ini secara tidak langsung karena pers lahir dalam sebuah ruangan waktu yang tidak kosong. Artinya, *founding pers* di setiap lembaga pers adalah manusia-manusia yang memiliki dan meyakini akan sebuah nilai dan misi tertentu dalam aktifitasnya. Salah satu misi umum lahirnya pers dalam suatu lingkup masyarakat adalah hadirnya ruang informasi dan wahana untuk berbagi informasi, ide, dan gagasan dalam kehidupan masyarakat yang sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat modern.

Kemerdekaan berpendapat, berekspresi, dan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Kemerdekaan pers adalah sarana masyarakat untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi, guna memenuhi kebutuhan hakiki dan meningkatkan kualitas kehidupan manusia.

Dalam mewujudkan kemerdekaan pers itu, wartawan Indonesia juga menyadari adanya kepentingan bangsa, tanggung jawab sosial, keberagaman masyarakat, dan norma-norma agama. Dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban dan peranannya, pers menghormati hak asasi setiap orang, karena itu pers dituntut profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat.

Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas, serta profesionalisme. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik sebagai berikut:

Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.

Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.

Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.

Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul

Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan

Wartawan Indonesia tidak menyalah-gunakan profesi dan tidak menerima suap

Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan “*off the record*” sesuai dengan kesepakatan.

Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani

Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik

Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.

Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional¹⁴

Sebelas poin yang telah diungkapkan sebagai Kode Etik Jurnalistik adalah sebuah pedoman yang mengatur perilaku profesi para jurnalis atau wartawan dalam menjalankan profesinya. Kode etik ini mengatur hak dan kewajiban wartawan dalam menjalankan profesinya. Kode etik ini dibutuhkan sebagai jaminan bahwa wartawan dapat bekerja secara ideal dalam menjalankan profesinya, dan juga untuk menjaga para wartawan tidak menyalahgunakan kewenangannya sebagai wartawan.

Kode Etik Jurnalistik adalah standar moral para wartawan Indonesia yang harus senantiasa ditaati dan dijalankan. Banyak poin-poin dalam Kode Etik Jurnalistik sejalan dengan nilai-nilai ajaran Islam. Bila Kode Etik Jurnalistik melarang para wartawan Indonesia untuk tidak berbohong, tidak menyiarkan pornografi, sadisme, dan hal-hal yang mengusik kenyamanan masyarakat maka demikian pula halnya dengan agama Islam. Bila Kode Etik Jurnalistik memerintahkan para wartawan Indonesia untuk jujur, adil dalam pemberitaan, bersikap santun dan menghormati hak narasumber berita maka demikian pula Islam mengajarkan hal yang sama pada umatnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bila seorang wartawan menjalankan tugasnya sesuai dengan standar Kode Etik Jurnalistik, maka dapat dikatakan bahwa dia telah menjalankan sebagian ajaran agamanya.

Wartawan Muslim Sifat dan Kewajibannya

Menurut Asep Syamsul M. Romli jurnalis muslim adalah sosok juru dakwah (da'i) di bidang pers, yakni mengemban *dakwah bil qalam* (dakwah melalui tulisan). Ia adalah jurnalis yang terikat oleh nilai-nilai, norma, dan etika Islam. Jurnalis muslim laksana “penyambung lidah” para nabi dan ulama. Karena itu, iapun dituntut untuk memiliki sifat-sifat kenabian, seperti *shidiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathonah*. *Shidiq* artinya benar, yakni menginformasikan yang benar saja dan membela serta menegakkan kebenaran itu. Standar kebenarannya tentu saja kesesuaian dengan ajaran Islam al-Qur'an dan As-Sunnah. *Amanah* artinya terpercaya,

karenanya tidak boleh berdusta, memanipulasi atau mendistorsi fakta, dan sebagainya. *Tabligh* artinya menyampaikan, yakni menginformasikan kebenaran, tidak menyembunyikannya. *Fathonah* artinya cerdas dan berwawasan luas. Jurnalis muslim dituntut mampu menganalisis dan membaca situasi, termasuk membaca apa yang diperlukan umat.¹⁵

Empat sifat sebagaimana telah disebutkan di atas sesungguhnya adalah sifat yang melekat pada pribadi Nabi Muhammad saw sebagai manusia panutan seluruh umat Islam. Sudah pasti para wartawan akan sangat kesulitan apabila mereka harus menerapkan sifat Nabi di atas secara ideal. Akan tetapi sifat-sifat Nabi di atas diharapkan mewarnai aktivitas para wartawan. Karena seperti halnya Nabi, para wartawan adalah pembawa berita bagi masyarakat. Bila Nabi Muhammad saw membawa berita-berita tentang ajaran Islam pada masyarakat Mekah dan Madinah, maka para wartawan membawa berita atau informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat di mana mereka berkarya. Apabila karena risalah agamanya, Nabi Muhammad saw digelari sebagai da'i yang pertama dan utama, maka para wartawan pun kalau mereka berlaku ideal sesuai dengan etika kerja yang telah digariskan, maka sesungguhnya mereka bisa juga disebut da'i dalam perspektif tertentu. Hal itu antara lain bisa dilihat dari lima peranan jurnalis Muslim, yaitu:

Sebagai pendidik (*muaddib*), yaitu melaksanakan fungsi edukasi yang Islami. Ia harus lebih menguasai ajaran Islam dan rata-rata khalayak pembaca. Lewat media massa, ia mendidik umat Islam agar melaksanakan perintah Allah SWT dan menjauhi larangannya. Ia memikul tugas mulia untuk mencegah umat Islam dari berperilaku yang menyimpang dari syariat Islam, juga melindungi umat dari pengaruh buruk media massa non-Islami yang anti-Islam.

Sebagai Pelurus Informasi (*musaddid*). Setidaknya ada tiga hal yang harus diluruskan oleh para jurnalis Muslim. Pertama, informasi tentang ajaran dan umat Islam. Kedua, informasi tentang karya-karya atau prestasi umat Islam. Ketiga, lebih dari itu jurnalis Muslim dituntut mampu menggali –melakukan *investigative reporting*– tentang kondisi umat Islam di berbagai penjuru dunia. Peran *Musaddid* terasa relevansi dan urgensinya mengingat informasi tentang Islam dan umatnya yang datang dari pers Barat biasanya *biased* (menyimpang, berat sebelah) dan distorsif, manipulatif, alias penuh rekayasa untuk memojokkan Islam yang tidak disukainya. Di sini, jurnalis Muslim dituntut berusaha mengikis fobia Islam (*Islamophobia*) yang merupakan produk propaganda pers Barat yang anti-Islam.

Sebagai Pembaharu (*mujaddid*), yakni penyebar paham pembaharuan akan pemahaman dan pengamalan ajaran Islam (reformisme Islam). Jurnalis Muslim hendaknya menjadi “jurubicara” para pembaharu, yang menyerukan umat Islam memegang teguh al-Quran dan as-Sunnah, memurnikan pemahaman tentang Islam dan pengamalannya (membersihkannya dari bid'ah, khurafat, tahayul, dan isme-isme asing non-Islami), dan menerapkannya dalam segala aspek kehidupan umat.

Sebagai Pemersatu (*muwahhid*), yaitu harus mampu menjadi jembatan yang mempersatukan umat Islam. Oleh karena itu, kode etik jurnalistik yang berupa *impartiality* (tidak memihak pada golongan tertentu dan menyajikan dua sisi dari setiap informasi [*both side information*]) harus ditegakkan. Jurnalis Muslim harus membuang jauh-jauh sikap sektarian yang baik secara ideal maupun komersial tidaklah menguntungkan.

Sebagai Pejuang (*mujahid*), yaitu pejuang-pembela Islam. Melalui media massa, jurnalis Muslim berusaha keras membentuk pendapat umum yang mendorong penegakkan nilai-nilai Islam, menyemarakkan syiar Islam, mempromosikan citra Islam yang positif dan rahmatan lil'alam, serta menanamkan ruhul jihad di kalangan umat.¹⁶

Lima peran di atas jika dilakukan secara maksimal dipastikan akan banyak membantu roda informasi yang saat ini berbenturan terus menerus dengan peradaban kuffar. Di tangan jurnalis Muslim ini pulalah, diharapkan terbentuk sebuah informasi yang mampu mendorong terciptanya opini publik berdasarkan pada informasi yang diverifikasi tidak hanya berdasarkan teori-teori jurnalistik dan mass media akan tetapi juga berdasarkan pandangan hidup (*world view*) Islam yang bersumber kepada al-Qur'an dan as-Sunnah. Oleh karena itu, visi Dakwah jurnalistik Islami atau jurnalistik Dakwah adalah mempersempit ruang gerak media-media berbasis ideologi kuffar yang memiliki kemampuan teknologi dan sumber daya manusia handal. Setidaknya, akan muncul konsumsi media yang berimbang di tengah-tengah masyarakat.

Kedudukan Media Massa Sebagai Media Dakwah

Dewasa ini sudah lahir sebuah istilah baru dalam dunia jurnalistik dengan sebutan; jurnalistik Dakwah atau jurnalistik Islami. Istilah yang dipopulerkan oleh Asep Syamsul M. Romly, dalam bukunya "Jurnalistik Dakwah; Visi dan Misi Dakwah bil Qalam" menjelaskan tentang sebuah keharusan Dakwah yang diorganisir lewat media tulis menulis seperti buku, surat kabar, majalah, dan lain-lain.¹⁷ Aktifitas jurnalistik yang dilakukan oleh seorang muslim seharusnya adalah aktifitas Dakwah itu sendiri. Oleh karenanya, Jurnalistik Islami dapat dirumuskan sebagai suatu proses meliputi, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai kebenaran yang sesuai dengan ajaran Islam, khususnya yang menyangkut agama dan umat Islam.¹⁸

Istilah lain yang kemudian dimunculkan adalah *Dakwah bil qalam*. Aep Kusnawan dalam bukunya "Berdakwah Melalui Tulisan" menyebutkan istilah itu dengan merujuk kepada setiap aktifitas yang berbasis penulisan di media apapun. Ia melihat bahwa Dakwah melalui tulisan merupakan bagian integral dari bidang kajian dakwah. Ia adalah salah satu unsur dakwah yaitu media dakwah. Karena ia merupakan media maka ukuran utama penggunaannya adalah keefektifan dan keefesienan. Semakin efektif dan efisien suatu media, maka ia akan semakin dipertimbangkan orang lain untuk menjadi pilihan. Oleh karena itulah tulisan dipandang sebagai sesuatu yang efektif untuk menyampaikan pesan Dakwah.¹⁹

Dalam ruang informasi yang begitu luas dimana era keterbukaan menjadi hal yang disepakati secara umum maka jurnalistik Islami atau jurnalistik Dakwah harus memiliki eksistensi yang diandalkan. Hanya saja, problematika itulah yang kini sedang diidapi oleh kaum muslimin. Kebutuhan informasi masyarakat muslim belum diimbangi dengan lembaga informasi media yang mampu betul-betul memiliki keberpihakan terhadap agenda besar kaum muslimin. Sejumlah media yang eksis saat ini tak jarang cenderung menonjolkan eksistensi kelompok atau ormas tertentu. Demikian pula dengan para jurnalis muslimnya. Aktifitas kerja yang mereka lakukan seringkali terikat dengan kepentingan lembaga tempat mereka berkerja. Secara tak langsung mereka telah larut dalam garis edar yang tak lagi merepresentasikan tugasnya sebagai wartawan muslim.

Jurnalisme dakwah adalah jurnalis yang bergerak dibidang informasi dan teknonologi dalam kegiatan penerbitan tulisan yang mengabdikan diri kepada nilai agama Islam. Wartawan sebagai sosok juru dakwah di bidang pers yakni mengembangkan dakwah *bil-qolam*. Ia menjadi kholifah Allah di dunia media massa dengan memperjuangkan tegaknya nilai-nilai norma, etika dan syariat islam. Sedangkan jurnalistik dakwah masih belum banyak diminati baik di kalangan pes maupun mereka yang menekuni bidang informasi. Para jurnalis muda juga tidak tertarik dengan bidang jurnalistik dakwah ini.

Umat Islam sudah saatnya bangkit mengisi era globaliasi informasi. Informasi Islam adalah informasi yang membuat penghuni jagad mendapat rahmat, bukan laknat. Karena konsep Islam adalah universal, maka konsep rahmat mesti diraih secepatnya. Adalah kisah yang menyedihkan tatkala apabila memberitakan perang Teluk, sumber utama informasi kita dipasok oleh kantor berita Barat. Akibatnya, berita cenderung membias dan tak seimbang. Untuk mengimbangi pers barat, tentu pilihan yang terbaik adalah kita mesti punya asosiasi informasi Islam dunia.

Secara garis besar pers Islam terpecah menjadi dua pandangan. Pandangan pertama adalah pers yang menyatakan dirinya Islam dan menggunakan atribut-atribut formal Islam. "Soal apakah isi keredaksian maupun manajemen tidak menjalankan prinsip-prinsip Islam, adalah soal lain," katanya. Kedua, berpandangan bahwa yang terpenting adalah berkembangnya nilai-nilai Islam, bukan berkibarnya bendera. Pandangan kedua ini menganggap bahwa Islam adalah universal. Artinya, nilai-nilai Islam pasti membawa kebaikan bila dilaksanakan dalam kehidupan oleh siapapun, walaupun oleh mereka yang non muslim. Maka prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, kebenaran menjadi landasan utamanya. Persoalannya kini adalah, bagaimana kita bisa menggabungkan kedua titik ekstrim tersebut. Yakni pers yang berani menyatakan dirinya Islam, sekaligus menegakkan nilai-nilai Islam secara universal dalam peliputan, penulisan, maupun sistem manajemennya. Pandangan Zaim dalam kenyataan memang ada benarnya.²⁰

Lepas dari ada tidaknya –secara esensi- pers Islam Indonesia, kita bisa membahas beberapa hal tentang unsur-unsur pers Islam itu sendiri. Pers Islam terdiri dari unsur produksi (redaksional, fotografi, setting, dan cetak), pemasaran, dan manajemen. Bila kita berpijak

pada Islam sebagai ad-dien yang membuahkan rahmad bagi alam semesta, maka semua Informasi (masuk dalam unsur produksi) yang disebarkannya adalah dalam rangka amar makruf nahi munkar. Oleh karena itulah, maka sikap keterbukaan yang jujur adalah salah satu cirinya. Untuk menjadi penyebar informasi, dibutuhkan beberapa persyaratan.²¹

SIMPULAN

Setelah menyimak pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Pertama, wartawan dalam menjalankan profesinya berpedoman pada Kode Etik Jurnalistik. Poin-poin dalam Kode Etik Jurnalistik dapat dikatakan sebagai standar moral kerja para wartawan. Poin-poin dalam Kode Etik Jurnalistik sejalan dengan nilai-nilai ajaran Islam sehingga apabila seorang wartawan bekerja secara ideal maka dia telah menjalankan sebagian dari ajaran agama Islam. Kedua, wartawan Muslim dalam menjalankan tugasnya harus senantiasa diwarnai oleh sifat-sifat Nabi Muhammad saw yakni *shiddiq, amanah, tabligh*, dan *fathanah*. Dengan senantiasa diwarnai oleh sifat-sifat Nabi, maka tugas para wartawan dalam memberitakan informasi yang baik, benar, dan adil, dapat disetarakan dengan kerja seorang juru dakwah. Ketiga, media massa Islam dapat menjadi media dakwah apabila mendasarkan prinsip kerjanya sesuai dengan prinsip *amar makruf nahi mungkar*. Berdasarkan prinsip ini maka media massa hanya memberitakan yang benar, menjauhi kebohongan dan mampu memberitakan Islam secara proporsional sehingga bisa menjadi pembanding berita tentang Islam yang disebarkan oleh media massa Barat yang cenderung bias dalam melihat Islam.

Endnotes

- ¹ Romly, *Jurnalistik Dakwah; Visi dan Misi Dakwah bil Qalam*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003, h. 13
- ² Lippmann, *Opini Umum*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1994, h. xxii
- ³ Siahaan, *Komunikasi; Pemahaman dan Penerapannya*, Jakarta: BPK Gunung Mulia, 1991, h. 7
- ⁴ Ma'arif, *Membumikan Islam*, Yogyakarta: Pustaka Setia, 1995, h. 101
- ⁵ Muis, *Komunikasi Islami Cet.I*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001, h. 135
- ⁶ Zaidan, *Ushul Al-Dakwah*, Beirut: Dar Al-Ma'arif, 1984, h. 183
- ⁷ Anam, *Fikih Jurnalistik*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2009, h. 3.
- ⁸ Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002, h. 5
- ⁹ Effendy, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*, Bandung Remaja Rosdakarya, 2002, h. 145
- ¹⁰ Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia; Menulis Berita dan Feature* (Bandung: Smbiosa Rekatama Media, 2006) h. 1
- ¹¹ Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia; Menulis Berita dan Feature*, h. 4
- ¹² Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia; Menulis Berita dan Feature*, h. 4
- ¹³ Effendy, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*, h. 146
- ¹⁴ Lihat http://id.wikisource.org/wiki/Kode_Etik_Jurnalistik (4 Maret 2014)
- ¹⁵ Romly, *Jurnalistik Praktis untuk Pemula*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006, h. 18
- ¹⁶ Romly, *Jurnalistik Praktis untuk Pemula*, h. 89

¹⁷ Abrar, *Teknologi Komunikasi Prespektif Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: LESFI, 2003, h. 43

¹⁸ Romly, *Jurnalistik Dakwah; Visi dan Misi Dakwah bil Qalam*, h. 35-36

¹⁹ Kusnawan, *Berdakwah lewat Tulisan*, Bandung: Mujahid Press, 2004, h. 5

²⁰ Mohammad, *Jurnalisme Islami Tanggung Jawab Moral Wartawan Muslim*, Surabaya: Pustaka Progressif, 1992, h. 54

²¹ Mohammad, *Jurnalisme Islami Tanggung Jawab Moral Wartawan Muslim*, h. 55

DAFTAR PUSTAKA

Abrar, Ana Nadhya, *Teknologi Komunikasi Prespektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI, 2003.

Anam, Faris Khoirul, *Fikih Jurnalistik*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2009.

Djuroto, Totok, *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.

Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung Remaja Rosdakarya, 2002.

Kode Etik Jurnalistik, http://id.wikisource.org/wiki/Kode_Etik_Jurnalistik, 4 Maret 2014.

Kusnawan, Aep, *Berdakwah lewat Tulisan*. Bandung: Mujahid Press, 2004.

Lippmann, Walter, *Opini Umum*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1994.

Ma'arif, Ahmad Syafi'i, *Membumikan Islam*, Yogyakarta: Pustaka Setia; 1995.

Mohammad, Herry, *Jurnalisme Islami Tanggung Jawab Moral Wartawan Muslim*, Surabaya: Pustaka Progressif, 1992.

Muis, A., *Komunikasi Islami*. Cet.I, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.

Romly, Asep Syamsul M., *Jurnalistik Dakwah; Visi dan Misi Dakwah bil Qalam*, Bandung: Remadja Rosdakarya, 2003.

....., *Jurnalistik Praktis untuk Pemula* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006)

Siahaan, S.M., *Komunikasi; Pemahaman dan Penerapannya*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 1991.

Sumadiria, AS Haris, *Jurnalistik Indonesia; Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2006.

Zaidan, Abdul Karim, *Ushul Al-Dakwah*. Beirut: Dar Al-Ma'arif, 1984.